

Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Mobil Suzuki APV di Kota Tegal

ARJUNA AZIZ PRIYADI

(Pembimbing : Dr. Herry Subagyo, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202694@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Saat ini kendaraan jenis Multi Purpose Vehicle (MPV) banyak disukai oleh masyarakat karena memiliki kelebihan yaitu mampu mengangkut banyak penumpang atau barang dan sebagai mobil keluarga. Di Indonesia banyak ditawarkan berbagai merek mobil jenis MPV seperti Toyota (Avanza dan Innova), Daihatsu Xenia, Suzuki APV, Nissan Grand Livina dan Isuzu Panther. Namun demikian, berdasarkan market share berbagai merek mobil, terdapat satu merek mobil yang termasuk kelas menengah (1.500 CC) namun market sharenya cenderung menurun yaitu Suzuki APV yaitu dari 8,8% tahun 2014 menjadi 6,5% tahun 2015 bahkan menurun lagi menjadi 4,0% tahun 2016. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian Suzuki APV relatif rendah. Banyak faktor dapat mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya kualitas produk, promosi dan citra merek. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Suzuki APV di Tegal yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti dan sampel yang diambil 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non acak jenis purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1). Kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2). Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3). Citra merek terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas produk, promosi, citra merek, keputusan pembelian

Product Quality, Promotion and Brand Image in Improving Purchasing Decision of Suzuki APV Cars in Tegal City

ARJUNA AZIZ PRIYADI

(Lecturer : Dr. Herry Subagyo, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201202694@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Newdays, Multi Purpose Vehichle (MPV) type much preferred by the public because it has the advantage of being able to transport many passengers goods also desigened as a familly car. In Indonesia offered various brands type of MPV car Toyota (Avanza such as and Innova), Daihatsu Xenia, Suzuki APV, Nissan Grand Livina and Isuzu Panther. However, based on market share of various car brands, there is one car brand belongs to the middle class (1,500 CC) but its share market tends to decline, namely Suzuki APV from 8,8% in 2014 to 6,5% in 2015 even decreased again to 4,0% in 2016. This indicates that consumer decisions to make purchase of Suzuki APV is relatively low. Many factors can influence purchasing decisions such as product quality, promotion and brand image. The purpose of this research is to analyze the influence of product quality, promotion and brand image on purchasing decision. The population in this study is Customer of Suzuki APV in Tegal whose numbers can not be certain and samples totalled 100 respondents. Data type used primary data. The sampling technique used non-random type of purposive sampling. Methods of data collection using questionnaires and analysis techniques used multiple regression. The results show that: 1). Product influence proved have a positive and significant on Influence purchasing decisions. 2). Promotion influence proved have impact positive and significant on purchase decisions. 3). Brand image proved to have a positive and significant on purchasing decisions.

Keyword : product quality, promotion, brand image, purchasing decision